Journal of Translation and Languages مجلة الترجمة واللغات
ISSN : 1112-3974

# Les TIC catalyseurs de littératies

**Belazreg Nassima**
University of Biskra – Algeria
nass_amira@yahoo.fr

**To cite this article:**
Belazreg, N. (2011). Les TIC catalyseurs de littératies. *Revue Traduction et Langues 10 (1),* 81-93.

**Keywords :**

*Technologies, interactivity, literacy, literacies, translation, multilingual communication, information*

## Abstract

Just open the book and put the head of the pen on each word you don't know how to prononce it. So, it helps a lot for any who want learn a new language.

Now, technology is the best mean of people to be just as the evolution in the world. It helps people to have the capacity of readind and understand and to use information in everyday life. Information is transmetted through phone mobile, Internet, TV, where the user is free to choose the language which he masters.

ICTs have invaded the lives of all Algerians in all areas. This phenomenon has become so important that it has become impossible not to take it into account in the study of human activity. Communication situations have continued to diversify and evolve. But the new element in this communication is translation, which has become an integral part of the global information society. It is translation that has made it possible to iron out difficulties between speakers belonging to distant cultures and to facilitate access to information and knowledge in different languages. Also, the translation of WEB sites has contributed to a better understanding of world cultures.

Also, internet has given people to developp litteracy. But, in our research, we interrogate the way litteracy affects the web and the way translation serves professional ends?

Finding its fundamental purpose in commercial strategies, translation at the level of websites perfected it may be at the level of its development. It has become a means contributing to the achievement of objectives superior to those which it was pursuing itself. At the communication level, it fulfills a specific function at the economic level and it has also a preponderant function at the level of the reconstruction of the social architecture.

**Mots clés :**
*Technologies, interactivité, littératie, littératies, traduction, communication multilingue, l'informationnel.*

**Résumé**

Les TIC ont envahi la vie de tous les algériens dans tous les domaines. Ce phénomène est devenu si important qu'il est devenu impossible de ne pas en tenir compte dans l'étude de l'activité humaine. Les situations de communication n'ont pas cessé de se diversifier et d'évoluer. Mais l'élément nouveau dans cette communication est la traduction qui fait désormais partie intégrante de la société de l'information mondiale. C'est la traduction qui a permis d'aplanir les difficultés entre locuteurs appartenant à des cultures éloignées et à faciler l'accès à l'information et au savoir dans des langues différentes. Egalement, la traduction des sites WEB a contribué à une meilleure connaissance des cultures du monde.

## 1. Introduction

Ces nouvelles technologies (téléphones portables, internet, télévision, etc) ont envahi la vie de tous les algériens et les utilisateurs qu'ils soient jeunes ou vieux, instruits ou non, femmes ou hommes sont obnubilés par ces moyens électroniques. Elles ont envahi tous les domaines de la vie quotidienne parce que tout le monde veut communiquer : des jeunes hittistes, des hommes politiques, des commerçants, des femmes, etc et ce désir de communiquer s'affirme de jour en jour et sur tous les supports (radio, TV, internet, presse).

Ce phénomène est devenu si important qu'il est devenu impossible de ne pas en tenir compte dans l'étude de l'activité humaine. Les situations de communication n'ont pas cessé de se diversifier et d'évoluer, nous sommes passés de l'ère du papier à lettre à la vidéoconférence.

Mais l'élément nouveau dans cette communication est la traduction qui fait désormais partie intégrante de la société de l'information mondialisées parce que les options (téléphone portable, TV, internet) sont traduites en plusieurs langues et qui que ce soit peut y accéder. Elle est devenue un moyen privilégié de s'approprier une langue et pour cela nous n'avons qu'à jeter un regard sur les sites traduits dans plusieurs langues.

Il y eu facilité dans l'accès à l'information et au savoir dans des langues différentes et c'est la traduction qui a permis d'aplanir les difficultés entre locuteurs appartenant à des cultures éloignées. La traduction des sites WEB a contribué à une meilleure connaissance des cultures du monde.

Notre environnement d'aujourd'hui se caractérise par un volume de communications et de traductions sans équivalent dans le passé. Nous sommes arrivés à une généralisation de la société de connaissance. Nous devons souligner que ce désir de communiquer universel doit s'accompagner d'un grand respect de l'identité culturelle de l'autre.

La communication à l'ère électronique a fait que la traduction soit devenue interculturelle et multimédiatique. Elle a acquis cette dernière décennie une place prépondérante à tous les niveaux et dans tous les secteurs. Son champ d'action s'est étendu à tous les aspects de la vie sociale, économique et politique (Lamizet et Silem 1997 dans « La communication multilingue par Mathieu GUIDERE).

Ce sont les entreprises qui ont contribué à l'internalisation de la communication. Elles ont déployé une adaptation dans le but d'acquérir des consommateurs locaux (Croué 1999). Cette adaptation de la communication s'est diversifiée grâce aux entreprises qui voulaient vendre leurs produits. Certaines d'entre elles visaient un but international, c'est-à-dire elles ont étendu leur communication sur plusieurs pays en même temps, tout en prenant en considération l'environnement national de chaque pays. Et certaines entreprises ont considéré la planète entière comme un village et leur stratégie de communication a alors transcendé les frontières nationales et les entités géopolitiques. Marchal MCLUHAN a parlé de la notion de « village planétaire » c'est-à-dire une communication globale sans distribution de pays ni de régions.

La communication globale désigne une communication déployée en plusieurs langues mais unifiée au niveau du contenu, c'est le cas de la communication publicitaire télévisée.

## 2. Les procédés pragmatiques du discours publicitaire

### *2.1. La naissance du concept*

Ce concept est apparu lorsque le langage n'était plus considéré comme un moyen d'échange d'informations mais à partir du moment où le langage est considéré comme « acte » c'est-à-dire le langage est un moyen d'action et d'interaction (Guide terminologique de l'analyse de discours). L'apparition de ce concept est la preuve de la modification de la conception du langage par certains courants pragmatiques qui voient le langage non seulement comme un moyen d'échanger des informations, plutôt comme un moyen visant à modifier une situation.

### *2.2. Définition du concept discours*

Le concept de discours n'est pas utilisé dans ce travail pour désigner une suite de mots ayant un sens produit dans un contexte donné. Nous considérons le film publicitaire français dans un sens où il n'est pas seulement l'articulation de mots avec une image mais dans le sens que le tout (film publicitaire) possède une intentionnalité visant à modifier une réalité, un comportement, une attitude.

Oswald DUCROT admet que : « Le discours est foncièrement orienté en inscrivant une orientation argumentative dans les unités mêmes de langue « (Anscombre et Ducrot 1983, Carel et Ducrot 1999).

Le discours est une forme d'action (théorie des actes de langage développée par J. LAUSTIN en 1962 et J.R. SEARLE en 1969) où toute énonciation est considérée acte visant à modifier une réalité existante.

Le discours est interactif : les deux énonciations (dans la publicité télévisée) coordonnent leurs énonciations, ajustent leur énoncé en fonction de l'attitude de l'autre. Cette interactivité manifeste est la conversation. Cependant, il est capital de souligner que : » Toute énonciation, même produite sans la présence du destinataire, est en fait prise dans une interactive constitutive, elle est un échange, explicite ou implicite, avec d'autres locuteurs, virtuels ou réels, elle suppose toujours la présence d'une autre instance d'énonciation à laquelle s'adresse le locuteur et par rapport à laquelle il construit son propre discours. » (Patrick CHAREAUDEAU et Dominique MAINGUENEAU ? Dictionnaire d'analyse de discours, édition du Seuil, 2002, p.189).

Toute énonciation est d'abord une production d'énoncé écrit ou oral, produit dans un but précis celui de susciter une réaction. L'énonciation dans la publicité télévisée est en même temps écrite et orale. Elle est présente sous forme d'interaction verbale ou dialogue (deux personnages simulent une conversation), sous forme d'une énonciation en même temps écrite ou orale (voix-off où une voix humaine émet un énoncé mais sans faire apparaître l'acteur), et le texte écrit pour appuyer ce qui a été dit. Mais ces énoncés écrits ou oraux forment un ensemble cohérent qui donne la forme d'une co-élaboration réelle du destinateur et du destinataire de cette interaction.

- ***Rapport entre discours et interaction***

Dans la mesure où le discours est toute énonciation produite dans le but d'agir sur l'interlocuteur, il s'git d'une interaction. Donc à chaque fois qu'il y a discours il y a interaction (action réciproque).

Le discours dans la publicité télévisée française : Dans le cas de la publicité télévisée où nous employons le terme « film » pour désigner discours pour dire que ce film n'est pas seulement un texte ou discours = texte + conditions de production (J. MADAM). Le film ne peut pas être uniquement considéré comme une conversation (Les travaux américains).

Nous utilisons le terme « discours » selon la conception de Roulet en 1999 qui affirme : « *J'utiliserai ici le terme discours plutôt que celui du texte...comme terme discours pour désigner aussi bien des dialogues que des monologues, des productions orales que des productions écrites, des productions spontanées que des productions fabriquées…le discours est le résultat de la combinaison d'informations linguistiques, textuelles et situationnelles.* » (V.de Nuchèse & J.M. Colleta, Guide terminologique de l'analyse de discours, éd. Scientifiques europ.2002)

Cependant, discours peut englober un ensemble d'énoncés écrits ou oraux, à l'intérieur desquels peut se greffer une conversation.

- Que désigne le terme « interactivité » ? :

Dans le guide terminologique de l'analyse de discours, lexique des approches pragmatiques, des professeurs en science du langage ont tenté de circonscrire le champ de concept :

- En didactique (enseignement assisté par ordinateur.)

- T.I.C.E. (technologies de l'information et de la communication pour l'éducation)
- Discours, informatique, intelligence artificielle, sciences cognitives, sciences de la communication.
- Sciences du langage (traitement automatique des langues)

Cependant, lorsque les pragmaticiens emploient ce terme pour désigner et théoriser la conversation, les informaticiens emploient automatisme. Mais une confusion s'opère souvent entre ce terme « interactivité » (qui renvoie à l'utilisateur humain d'une machine) et interaction (conversation).

« *L'adjectif « interactif » participe également à cette confusion : désigne les phénomènes qui réagissent les uns sur les autres, un support de communication favorisant un échange avec le public et en informatique, il désigne le rapport conversationnel »* (dictionnaire encyclopédique illustré).

Ce concept a été utilisé dans différents champs des sciences humaines et sociales, sociologie, psychologie, linguistique et aussi informatique.

Une autre définition a été donnée par G.JAQUINOT en 1997 et dit : « [….] *il ne faut pas confondre, d'un côté l'interactivité machinique, fonctionnelle, transitive, celle qui permet à l'utilisateur de rétroagir sur le programme et qui concerne la partie du logiciel gérant la communication entre l'utilisateur et la machine (logique et ergonomie des opérations à effectuer sur le clavier et l'écran) et de l'autre, l'interactivité mentale, intentionnelle, intransitive, celle qui permet à l'utilisateur de réagir mentalement ; cette dernière concerne la partie du logiciel, présent à travers ses choix de contenu certes, mais aussi et surtout ses choix de structure et donc de navigation, de rhétorique, de courant énonciatif, etc »*

Quant à p. Lévy parle de réappropriation du message : « La *possibilité de réappropriation et de recombinaison matérielle du message par son récepteur est un paramètre capital pour l'évaluation du degré d'interactivité d'un dispositif*. » (De Nuchèse)

La communication publicitaire télévisée est interactive c'est-à-dire qu'elle vise à faire-faire au consommateur et elle prend en compte les spécificités culturelles du consommateur.

Chaque consommateur est associé à un imaginaire suscite et mobilise des valeurs particulières lors de la communication. Ces valeurs lui assurent la positivisation et l'adhésion tant recherchées par le marketing international.

Dans la communication internationale, toutes les valeurs sont exploitées telles que : la sensibilté, l'amour, l'audace, le bien-être, le bonheur, l'humour, la jeunesse, la liberté, la sincérité, etc. C'est dans cette perspective que la publicité télévisée peut être envisagée comme une expression d'identité c'est-à-dire qu'elle consiste en un message de valorisation vantant les mérites du client-consommateur.

## 3. Les aspects de la communication multilingue : comme le souligne Mathieu GUIDERE

« Comme le mot « traduction », l'expression « communication multilingue est polysémique ; elle désigne des aspects différents selon que l'on s'attache à l'un ou l'autre terme de l'expression. Elle est définie par cet auteur :

- Une communication conçue en plusieurs langues : la communication elle-même est multilingue.
- Une communication conçue en une seule langue mais diffusée en plusieurs langues : la communication est unilingue mais la diffusion est multilingue.
- Une communication issue d'un contexte multiculturel : la communication est multilingue du fait du contexte multilingue.

Nous allons nous baser sur l'approche cognitive, qui, selon l'auteur de cet ouvrage, la communication est envisagée comme un objet de connaissance et non pas un processus de transmission d'information. Elle est conçue également comme un cadre général de déploiement de connaissances spécifiques au sein de groupes sociaux. En conséquence, elle a deux fonctions principales : d'une part , une fonction de représentation qui consiste à décrire le plus objectivement possible une partie de la réalité extérieure : on passe ainsi d'un monde « objectif « à un monde représenté grâce à un « médiateur représentant ; d'autre part, une fonction d'expression qui consiste à transmettre une perception subjective à partir de la réalité objective : l'émetteur exprime ainsi son point de vue, sa vision de la chose et sa perception du monde.

La communication multilingue est conçue par un émetteur dans une situation donnée comme un jeu afin d'optimiser les gains et minimiser les pertes ; entre autre réussir à convaincre pour faire-faire le récepteur. En partant du postulat que toute communication est une interaction, on doit prendre en considération les facteurs émotionnels, psychologiques et idéologiques qui peuvent interférer dans ce jeu de langues, qu'elle soit l'alternance codique, l'emprunt ou les interférences. Il ne peut pas mettre dans toutes les situations une stratégie puisqu'il vise la meilleure communication mais il exploite des facteurs locaux (fait référence à l'esprit local pour la compréhension de son message).

Le web, cette jungle linguistique ou la nouvelle tour de babel (la communication multilingue par Mathieu GUIDERE : la communication multilingue sur internet) vertigineux d'une part par le nombre de personne qui y prennent part et ensuite par le nombre de sites, de pages sans cesse croissantes mises en lignes et enfin le nombre de langues.

Comme nous le savons et le vivons aussi, à chaque fois que nous nous connectons, soit pour consulter notre boîte ou explorer de nouveaux sites, nous sommes envoûtés par cette toile d'araignée.

Ce moyen de communication qui s'est accaparé les esprits des algériens qu'ils soient jeunes ou âgés, instruits ou non est grandiose car il a su en un temps record, motiver un très grand nombre de personnes à vouloir communiquer dans plusieurs langues.Outre, les entreprises de tout secteur, qui le considèrent comme une immense vitrine commerciale à moindre frais ouverte sue la marché mondial, l'Internet, le moyen de communication le moins cher avec un nombre illimité de personnes

potentielles mais un point commun existe entre la création d'un blog, l'adaptation d'une publicité nécessite la maîtrise de savoirs linguistiques, sémiotiques et techniques (informatique). En somme, la langue demeure la pompe d'internet.

La conception du Web ou des divers sites est interactive car il sans cesse recours aux renvois entre pages (l'internaute est appelé sans cesse à consulter une page qu'il n'a pas demandé). L'appel est automatique, dès que l'internaute est identifié, des messages d'offre d'emploi, des messages publicitaires de ventes de produits (livres, crèmes, voyages, etc) inondent sa boîte. Dans tous les cas, la communication multilingue est celle qui a su répondre aux attentes de l'internaute, quel qu'il soit, en tenant compte de son profil psychologique, de ses habitudes culturelles et de sa culture d'origine.

L'Algérie est un pays plurilingue dû aux contacts de plusieurs langues : l'arabe (classique/dialectal), le français et l'anglais. Cette situation ne peut qu'être en faveur du citoyen algérien parce qu'il peut employer la langue qu'il sent le mieux selon la situation, le contexte géographique et ses intentions personnelles. Cependant, l'école algérienne se trouve confrontée à un problème majeur, alors qu'elle misait sur une compétence linguistique unique, celle du code arabe, son objectif se trouve avorté parce que l'apprenant algérien désire s'approprier une langue étrangère que l'école n'a pas réussi à faire ou à inculquer.

Ces internautes algériens idolâtrent les nouvelles technologies et veulent acquérir les langues étrangères pour communiquer avec d'autres personnes d'autres continents.

Depuis l'apparition de ces nouvelles technologies, le citoyen algérien est devenu « autonome » quant à s'approprier une langue étrangère que ce soit la français ou l'anglais, a plus d'affinité avec elles et communiquent en faisant des efforts même à l'écrit.

Ce déblocage linguistique a suscité des équilibres psychologiques, identitaires et culturels. Nous sommes à l'ère du numérique, nos enfants se sentent en harmonie avec cette révolution technologique attrayante qui a non seulement bouleversé mais remis en question bon nombre de points pertinents.

## 4. La littératie et les nouvelles littératies

Définie comme l'aptitude à comprendre et à utiliser l'information écrite dans la vie courante, à la maison, au travail et dans la collectivité en vue d'atteindre des buts personnels et d'étendre ses connaissances et ses capacités (définition de wikipedia). Elle est définie également comme l'ensemble des compétences mobilisées par un individu pour lire, comprendre et écrire dans toutes les situations de vie quotidienne et difficile à circonscrire en raison de la généralisation des usages des TICE (Article publié par Legros, D, Hoareau, Maître de Pembroke E, XU.M. Pinto Fereira, Acuna, Boudechoiche, Makhlouf, Sawadogo).

Le concept « Littératie » est un mot anglais « litteracy » (« alphabétisation » est apparu en partant du principe qu'il est aussi important de savoir trouver, utiliser, critiquer l'information écrite dans la société de l'information que de savoir lire et écrire.

Littératie est un mot nouveau auquel aucun équivalent n'a été trouvé que « littérisme », lié à un mouvement artistique du XXème siècle et d'après notre source d'information, ce terme a été proposé par le bulletin officiel de l'éducation nationale française.

Plusieurs acceptions ont été proposées :

- Alphabétisation informationnelle
- Culture de l'information
- Compétence informationnelle
- Infocompétence
- Maîtrise de l'information

Ce terme comprend plusieurs degrés aussi :

- Niveau 1 correspond au niveau primaire
- Niveau 2 correspond au collège
- Niveau 3 correspond au lycée
- Niveau 4 correspond au niveau universitaire

Suite à ce qui a été dit, nous pouvons dire que le terme de « littératie » est un terme qui peut être défini également comme la capacité à comprendre et à utiliser des textes littéraires et scientifiques, à les intégrer dans sa pratique et son comportement personnel et social.

## 5. Les caractéristiques des nouvelles littératies

Les nouvelles technologies permettent de développer la « flexibilité cognitive » et la « pensée critique » (Jonassen 2000, p.7) d'où l'amplification des modalités de traitement et d'apprentissage.

Les plurilittéraies constituent un moyen d'acquisition et d'appropriation des langues à l'ère du numérique. Graff Hervey en cite quelques exemples :

- Cultural litteracy
- Scientific litteracy
- Geograhical litteracy
- Political litteracy

## 6. Les aspects de la littératie

En présentant les informations écrites sous diverses formes, les rédacteurs exigent des lecteurs différentes aptitudes. Le concept de « littératie » se divise don en deux catégories :

- Compréhension des textes suivis : Comprendre et utiliser de l'information de base, qui figure dans des articles, des brochures et manuels, par exemple.
- Compréhension de textes schématiques : Trouver et utiliser de l'information dans d'autres types de documents, comme des formulaires, des cartes et des graphies.(www.bct.gc.ca/btb.php?lang=fra&cont=52)

L'OCDE (organisation de coopération et de développement économique) a présenté un rapport final de l'enquête internationale sur la littératie des adultes et il en est dit qu'à l'ère de l'information, les décideurs se préoccupent de plus en plus du rôle que jouent la connaissance et les compétences dans l'amélioration de la productivité, dans l'innovation et la cohésion sociale.

Cette enquête a éclairé la nature et l'ampleur des enjeux de la littératie auxquels sont confrontés les pays et propose de nouvelles perspectives sur les facteurs qui influencent le développement des compétences des adultes dans divers contextes, soit au foyer, au travail et à l'échelle internationale. Les littératies représentent une contribution importante pour comprendre l'offre et la demande de compétences dans l'économie mondiale du savoir.

Enfin, nous déduisons que la connaissance et les compétences sont exigées pour comprendre et savoir utiliser l'information dans des textes, tels des éditoriaux, des brochures, des schémas, des graphes, etc.

## 7. La littératie en plusieurs langues

Aujourd'hui, l'information de base est présentée aux lecteurs en plusieurs langues, ce qui implique qu'un double effort est exigé :

- Il est sensé posséder des connaissances et des compétences pour comprendre et utiliser l'information dans sa langue maternelle.
- Il est sensé connaître d'autres langues.
- Il est sensé maîtriser l'outil informatique.
- Il est sensé comprendre et utiliser l'information dans une autre langue.

Grâce à internet, l'information est donnée dans une langue et l'internaute a le choix de choisir sa langue mais un des internautes pourrait être intéressé à comprendre cette même information dans une autre langue et dans ce cas, il n'a qu'à cliquer pour l'obtenir dans la langue qu'il souhaite. La traduction des sites web est inouïe. Elle constitue un réservoir inépuisable de compétences de traduction pour l'internaute. C'est la raison pour laquelle, nous nous sommes intéressées, à ce traducteur anonyme et nous avons cherché à comprendre son travail et ses caractéristiques.

Traduction au sens voisin de « litteracy information », alphabétisme international, appropriation, intelligence informationnelle ou conception citoyenne de l'information[1].

La littératie est un début de traduction ou une simple tentative de traduction *d'information litteracy* (avec la maîtrise des outils informatiques)[2] où il s'agit de la littératie visuelle qui est la capacité d'interpréter, de traiter et de tirer du sens d'une information présentée visuellement. La littératie visuelle est fondée sur l'idée que l'image » peut être « lue » et qu'une signification peut en être ainsi tirée.

[1] http://www.slideshare.net/oledeuff/quelles-litteraties-pour-quelles-conceptions-de-l'information.
[2] Fr.wikipedia.org/wiki/litt%C3%/A9ratie_visuelle

## 8. Le traducteur des sites « WEB »

### *8.1. Le profil du traducteur idéal*

- Connaissance approfondie de la langue de destination (ce traducteur professionnel et expérimenté est d'abord bilingue ou trilingue) Par bilingue, nous voulons dire sa connaissance de la langue étrangère au-delà de l'apprentissage scolaire. Le traducteur professionnel et expérimenté devrait avoir passé plusieurs années dans la langue de destination, s'en être bien imprégné pour qu'il puisse connaître toutes ses subtilités et même sa culture. Il est capable d'avoir une conversation soutenue avec les habitants du pays, à l'instar de la langue d'origine. ll est passionné de la culture du pays de la langue cible.
- Le traducteur professionnel et expérimenté doit être bien imprégné de la culture de destination. « *De ce point de vue la traduction possède une « fonction standardisante » c'est-à-dire d'uniformisation formelle et langagière basée sur les standards techniques et sur les normes socio-culturelles* » (Mathieu GUIDERE, p.14)
- Le traducteur professionnel et expérimenté traduit uniquement dans sa langue maternelle. Il doit connaître ses limites.
- Connaissance du domaine de spécialisation : Le fait que le traducteur soit bilingue ne suffit pas. En effet, le traducteur professionnel et expérimenté est d'abord un littéraire, c'est-à-dire qu'il aime les mots, il aime les livres, il lit dans sa langue source. Cela lui permet d'apprendre constamment sur différents sujets, ce qui lui est très utile pour son travail pour aborder de nouveaux sujets. Le traducteur professionnel et expérimenté traduit uniquement sur les sujets et domaines de spécialisation qu'il maîtrise ou qu'il sait qu'il pourra maîtriser après s'être documenté.
- Connaissance des règles de grammaire et d'orthographe : Comme il lit beaucoup, le traducteur professionnel et expérimenté connaît les règles de base de la grammaire et d'orthographe.
- Expérience minimale : 5 ans + consciencieux, responsable.
- Communicatif : Il sait écouter pour savoir quelle terminologie spécifique adopter, ou essayer de poser d'éventuelles questions s'il a besoin d'éclaircissements sur un point précis. « *…la tâche du traducteur communicateur comme un être qui cherche à maintenir la cohérence en recherchant l'équilibre approprié entre ce qui est effectif […] dans un environnement particulier, dans un but particulier et pour des récepteurs particuliers* » (M. GUIDERE, La communication multilingue, p.14)
- Confidentialité : Il doit être discret. Il sait que les informations données doivent demeurer confidentielles.
- Conscience professionnelle : Il est consciencieux et responsable lorsqu'il s'engage dans un travail et sur un sujet précis, il tient sa promesse.

- Honnêteté et professionnalisme : Il travaille seul et ne traite pas avec un autre.
- Maîtrise de l'outil informatique : Il sait l'utiliser pleinement, il est capable de travailler sur plusieurs formats différents (Adobe Reader PDF, Frame/ maker, Page/maker, Indesign, Power Point, Quark Express, Excell, htm, etc)
- A l'écoute : Lorsque le traducteur professionnel et expérimenté s'engage vis-à-vis d'un client, il est à l'écoute et essaie de comprendre ce qu'il veut concernant la qualité de prestation, le délai, le format de livraison.
- Comment ? Il est un chercheur et un documentaliste. Il sait utiliser les ressources offertes par internet et énormément d'ouvrages pour se documenter sur le sujet traité. Il rassemble les informations sur le domaine de spécialisation, sur les sites concernant le sujet traité, sur d'éventuels produits concurrents qui peuvent l'aider sur le choix de la terminologie.
- Outils utilisés par le traducteur professionnel et expérimenté : Il utilise pour sa traduction les logiciels suivants : SDL Trados, Dragon Naturally speaking, Robert & Collins.
- Le traducteur professionnel et expérimenté est méticuleux : il utilise le logiciel de correction orthographique joint à son logiciel de traitement de texte pour vérifier son travail.

## 9. Illustrations

### ○ *La traduction au niveau de « Skype »*

Français : Skype ; Contacts ; Conversation ; Appel ; Affichage ; Outils ; Aide.

Arabe : Skype ; جهات الاتصال، اتصال، محادثة، عرض،أدوات، تعليمات .

Anglais: Skype; Contacts; Conversation; Call; View; Tools; Help

-Afficher le profil = عرض المعلومات الشخصية

-Contactsجهات الاتصال

- Ajouter un nouveau contact=جهة اتصال جديدة
- Créer une nouvelle conversation=إنشاء مجموعة جديدة
- Importer des contacts=استيراد جهات اتصال
- Rechercher des contacts=بحث عن مستخدمي
- Catégories =فئات جهات الاتصال
- Afficher les contacts par…=إظهار جهات الاتصال
- Trier les contacts par…=فرز جهات الاتصال
- Masquer les contacts par…=عدم إظهار جهات الاتصال الدين
- Fonctionnalités avancées = خيارات متقدمة

-Bloquer =حظر

-Ignorer=تجاهل

-Cette personne voudrait se connecter avec vous=يرغب هدا الشخص بالاتصال بك

- Notification= إعلامات

- ***Les enseignes***
  - Librairie = مكتبة، وراقة
  - Boucherie =جزار، قصابة
  - Auto-école = مدرسة تعليم السياقة
  - Pièce de rechange= قطاع غيار السيلرات

## 10. Conclusion

Aujourd'hui, l'information, que ce soit sur Internet, la télévision, le téléphone portable ou sur les enseignes, est présentée en plusieurs les langues. Ce qui que citoyen exposé à une production d'un énoncé écrit ou oral est apte à lire et à comprendre cette information dans sa vie quotidienne. Cette exposition fait que citoyen même devient un consommateur d'information en plusieurs langues. Donc, il traduit d'une façon spontanée et devient lui-même traducteur.

Notre recherche a montré que 80% de la population algérienne utilise Internet et le reste préfère regarder la télévision et autres moyens d'information tels que la presse et par conséquent cette même population est amenée inconsciemment à effectuer des traductions et se prête apte à l'incorporer dans son processus mental. La capacité des citoyens à lire et à comprendre des annonces, des avis, etc montre leur besoin d'acquisition de plusieurs langues pour mettre en exercice leur utilisation des informations auxquelles ils sont exposés.

L'Algérie n'a conscience que récemment du rôle que peut jouer le secteur de l'information à côté des autres secteurs : économique, religieux et politique. L'influence de l'information est considérable sur le devenir de l'humain. Jacques DEMORGON dans son ouvrage intitulé « L'histoires interculturelles des sociétés » ed. Anthropos, paris,2002, p.321 a dit :

> Le terme de l'information doit être pris au sens le plus large et elle se définit d'abord comme connaissance de la représentation des choses et des sciences ainsi que leur manipulation et leur production grâce aux techniques. L'accès de l'information doit être cerné comme procédure productrice des formes de la vie et des êtres (biotechonologies).

L'accès de l'information par ces nouvelles technologies doit être élargi au sens de la connaissance de l'existence des humains et de la façon dont ils traitent à travers le sport, la religion. L'information doit devenir un moteur potentiel qui répond aux attentes économiques du pays.

L'informationnel est une notion qui désigne un renouvellement des processus et des produits. Et Jacques DEMORGON affirme : « C'est *sur la base de l'informationnel que les acteurs économiques ont amélioré, renouvelé les processus*

*de production, les produits marchands, le choix et le développement des zones d'exploitation, de production, de commercialisation ».*

MCLUHAN dit à propos des genèses des cultures est de comprendre que : « *l'être humain produisant et utilisant de nombreux « outils » se modifie et modifie sa vision et sa pensée du monde ».*

Trouvant sa raison d'être dans les stratégies commerciales, la traduction au niveau des sites web aussi perfectionnée soit elle au niveau de son élaboration, elle est devenue un moyen contribuant à la réalisation d'objectifs supérieurs à ceux qu'elle poursuivait elle-même au niveau de la communication. Elle remplit désormais une fonction spécifique au niveau économique et une fonction prépondérante au niveau de la reconstruction de l'architecture sociale.

La communication devrait apporter savoir, vérité et elle est devenue un moyen par lequel l'individu et la collectivité peuvent devenir véritablement plus humains car la communication véritable est aussi indispensable à la qualité de la vie que la nourriture et le logement.

Tous ceux qui contribuent à donner ce rôle à la communication devraient voir en elle l'instauration d'une communauté plus juste et plus libre qui trouverait ses repères culturels authentiques et ne seraient plus des otages des pouvoirs politiques et économiques.

## Références

[1] Anscombre, J-C &O Ducrot, O. (1983). L'argumenation dans la langue. Mardaga, Coll. "Philosophie et langage".

[2] Croé, C. (1999). *Marketing international.* Paris et Bruxelles : De Boeck.

[3] Chareaudeau, P & Maingueneau, D. (2002). Dictionnaire d'analyse de discours, édition du Seuil, Paris.

[4] Ducrot, O & Carel, M. (1999). Les propriétés linguistiques du paradoxe : paradoxe et négation. Langue Française, Numéro thématique: Sémantique et stéréotype, 27-40.

[5] Guidère, M. (2008). *La communication multilingue : traduction commerciale et institutionnelle.* Paris et Bruxelles: De Boeck.

[6] Mc Luhan, M. (1977). *Pour comprendre les médias : Les prolongements technologiques de l'homme.* Seuil: Paris.

[7] Searle, J. R. (1969). Speech acts: An essay in the philosophy of language. Cambridge: Cambridge University Press.

[8] De Nuchèse, V & Colleta, J.M. (2002). *Guide terminologique de l'analyse de discours,* éd. Scientifiques europ. Peter Lang.